

JURNAL
HUBUNGAN *BRAND IMAGE*, *MERCHANDISE* DAN *STORE*
ATMOSPHERE* DENGAN MINAT BELI *BRAND WAREHOUSE
DI SOGO GALAXI MALL SURABAYA



Oleh:

PUTU IMAM KRISTIANTO

01212037

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
2016

JURNAL SKRIPSI

**HUBUNGAN *BRAND IMAGE*, *MERCHANDISE* DAN *STORE*
ATMOSPHERE DENGAN MINAT BELI *BRAND WAREHOUSE*
DI SOGO GALAXI MALL SURABAYA**



Oleh:

PUTU IMAM KRISTIANTO

01212037

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
2016**

ABSTRAK

HUBUNGAN *BRAND IMAGE*, *MERCHANDISE* DAN *STORE ATMOSPHERE*
DENGAN MINAT BELI *BRAND WAREHOUSE* DI SOGO GALAXI MALL
SURABAYA

Oleh :

Putu Imam Kristianto

Dosen Pembimbing :

SENGGURUH NILOWARDONO. S.E., M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penurunan volume penjualan produk pakaian wanita ternama Warehouse yang berada pada Sogo Galaxi Mall Surabaya hak jualnya dimiliki oleh PT. Mitra Adiperkasa Tbk. Dari data yang diperoleh produk pakaian wanita Warehouse Sogo Galaxi Mall Surabaya dalam penjualannya di tahun 2011 sampai 2015 selalu mengalami penurunan angka penjualannya. Hal ini berdampak langsung pada pendapatan perusahaan yang menurun seiring dengan menurunnya volume penjualan produk pakaian wanita Warehouse tersebut. Apabila penurunan ini terus berlangsung maka dikhawatirkan akan membuat kinerja perusahaan atau perusahaan akan gulung tikar. Secara khusus peneliti memilih produk pakaian wanita Warehouse yang penjualannya untuk wilayah Surabaya dimiliki oleh PT. Mitra Adiperkasa Tbk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara brand image, merchandise dan store atmosphere dengan minat beli pada produk pakaian wanita Warehouse di Sogo Galaxi Mall Surabaya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan penyebaran Kuesioner terhadap 75 orang responden, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing – masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reabilitas, analisis korelasi rank spearman's, dan uji t.

Dari hasil analisis menggunakan korelasi rank spearman's dapat diketahui bahwa variabel Brand Image, Merchandise dan Store Atmosphere semuanya memiliki hubungan keeratan yang sedang dan signifikan dengan Minat Beli pada produk pakaian wanita Warehouse. Dengan hasil secara berurutan dari variabel yang berhubungan dengan Minat Beli adalah Store Atmosphere sebesar (0,558), Merchandise sebesar (0,551) dan Brand Image sebesar (0,461)

Kata kunci : Brand Image, Merchandise, Store Atmosphere, Minat Beli.

ABSTRACT

CORRELATION BRAND IMAGE, MERCHANDISE AND STORE ATMOSPHERE WITH INTENTION TO BUY ON WAREHOUSE AT SOGO GALAXI MALL SURABAYA

By : Putu Imam Kristianto

Lecture :

Sengguru Nilowardono. S.E., M.Si.

This research was motivated by a decrease in sales volume of products renowned Warehouse women's clothing that are in the galaxy Sogo Mall Surabaya resale rights owned by PT. Mitra Adiperkasa Tbk. From the data obtained Sogo Warehouse women's clothing products Galaxi Mall Surabaya in sales in the year 2011 to 2015 is always decreasing sales figures. This is a direct impact on company earnings decreases with decreasing the volume of sales of women's apparel products of the Warehouse. If this decline continues it is feared will make the performance of the company or the company would have gone bankrupt. Specifically researchers selected women's clothing products Warehouse resaler for Surabaya owned by PT.Mitra Adiperkasa Tbk.

This research aims to determine the relationship between brand image, merchandise and store atmosphere with buying interest in women's clothing products Warehouse in Sogo Galaxi Mall Surabaya. In this study, the data collected by spreading questionnaire to 75 respondents, which aims to determine the response of respondents to each variable. The analysis includes the validity, reliability, Spearman's rank correlation analysis and t test.

From the analysis using Spearman's rank correlation can be seen that the variable Brand Image, Merchandise and Store Atmosphere everything has a relationship of closeness moderate and significant interest in the product Buy Warehouse women's clothing. With the results in a sequence of variables related to Interests Buy Store Atmosphere is equal to (0.558), Merchandise amounted to (0.551) and Brand Image of (0.461)

Keywords: Brand Image, Merchandise, Store Atmosphere, Intention to Buy

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada tujuan penelitian mengenai hubungan antara brand image, merchandise dan store atmosphere dengan minat beli yang dilakukan pada brand Warehouse di Sogo Galaxi Mall Surabaya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Brand image (X1) terdapat keeratan hubungan dengan minat beli (Y) yang sedang yaitu sebesar 0,461 (r terletak antara 0,40 – 0,599).
2. Merchandise (X2) terdapat keeratan hubungan dengan minat beli (Y) yang sedang yaitu sebesar 0,551 (r terletak antara 0,40 – 0,599).
3. Store Atmosphere terdapat keeratan hubungan dengan minat beli (Y) yang sedang yaitu sebesar 0,558 (r terletak antara 0,40 – 0,599).

Dari uraian tersebut diatas diantara ketiga variabel yang mempunyai nilai keeratan paling tinggi adalah Store atmosphere 0,558 (r terletak antara 0,40 – 0,599) sehingga dapat diartikan bahwa suasana toko atau store atmosphere pada Warehouse sogo galaxy mall Surabaya sudah sangat baik dan banyak menunjang minat beli customer dan pelanggan. sebaliknya apabila store atmosphere atau suasana toko tidak menunjang maka akan berdampak pada minat beli customer atau pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian bahwa brand image, merchandise dan store atmosphere mempunyai kontribusi cukup besar terhadap minat beli customer atau pelanggan. sehingga perlu ditingkatkan perbaikan serta *up date* dengan koleksi terbaru pada Warehouse Sogo Galaxy Mall Surabaya.

Dalam meningkatkan minat beli karyawan, perusahaan harus memperhatikan brand image, merchandise dan store atmosphere. Pentingnya *up date* pasar fashion internasional sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat beli customer dengan cara mengubah store atmosphere melalui pendisplayan, peletakan produk, penyesuain lay out toko serta pengaturan cahaya. Faktor – faktor seperti kelengkapan size pada barang jual, banyak nya variasi produk, kecepatan untuk *update* barang jual dengan pasar fashion sangat mempengaruhi banyak nya traffic penjualan serta minat beli pada Warehouse Sogo Galaxy Mall Surabaya